



EGYRE KEVESEBB A SÓ ÉS A CUKOR A LIDL TERMÉKEIBEN

Budapest, 2021.10.14. - **A Lidl Magyarország felelős vállalként a magyar vásárlók egészséges táplálkozásának támogatása céljából három évvel ezelőtt indította el só- és cukoroptimalizálási programját, mely során célul tűzte ki, hogy saját márkás termékeiben 2025-ig átlagosan 20 százalékkal csökkenti a hozzáadott só- és cukortartalmat. A vállalat azóta számos termék esetében módosított a receptúrán, melynek köszönhetően éves szinten 2019-től immár 532,1 tonna cukorral és 42 tonna sóval kevesebbet használ fel és járul hozzá vásárlói egészségének megőrzéséhez.**

Innovatív és felelős vállalként a Lidl Magyarország folyamatosan törekszik az egészséges és kiegyensúlyozott étrend támogatására és ez termékfejlesztési stratégiájának kialakításakor is meghatározó szempont volt. Só- és cukoroptimalizálási programjának alapja, hogy a magyar férfiak az ajánlott napi sómennyiség több mint háromszorosát, míg a nők több mint kétszeresét veszik fel. A túlzott hozzáadott cukorbevitel pedig túlsúly, illetve elhízás kialakulásához vezet, amely a diabétesz kialakulásában kockázati tényezőként jelentkezik. Ezért döntött úgy az áruházlánc, hogy 2025-re 20%-kal kevesebb hozzáadott cukor-és sómennyiséget használ fel saját márkás termékei körében. A folyamatos optimalizálás eredményeképpen só esetén a 2019-es 18 tonna megtakarítást 24 tonnára növeltük, míg cukornál ez 196,3 tonnáról 335,8 tonnára nőtt.

Tózsér Judit, a Lidl Magyarország vállalati kommunikációs vezetője elmondta: *„A magyar emberek egészségének támogatása vállalatunk stratégiájának egyik alappillére. Termékfejlesztéseink során 2019-től már 532,1 tonna cukorral és 42 tonna sóval kevesebbet használtunk fel az ízélmény befolyásolása nélkül, mellyel hozzájárultunk vásárlóink egészségének megőrzéséhez.”*

A diszkontlánc október 14-től érvényes akciós újságjában külön felületet szentel arra, hogy edukálja a fogyasztókat. Emellett az érintett termékek listája megtekinthető a vállalat [weboldalán](#) is. Az áruházlánc további fejlesztések révén arra is törekszik, hogy minél több terméke, minél nagyobb arányban tartalmazzon természetes összetevőket, tartósítószeret, ízfokozókat, adalékanyagokat, valamint színezékek hozzáadása nélkül. A megbízható és egyre bővülő mentes termékkínálatával a speciális táplálkozási igényt követők számára is segítséget nyújt a vállalat. Vállalásait az áruházlánc a Lidl Táplálkozáskalauz című állásfoglalásában foglalta össze, mely a vállalat [honlapján](#) érhető el.

Lidl Magyarországról

Az 1930-as években, Németországban alapított Lidl hazánk egyik legdinamikusabban fejlődő élelmiszerlánc. A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 187 áruházzal van jelen hazánkban, és több mint 7000 munkavállalót foglalkoztat. A vállalat 2004-es magyarországi piacra lépése óta töretlenül fejlődik: nem csak a diszkont szegmensben ért el vezető szerepet, de forgalmát tekintve az élelmiszer kiskereskedelmi láncok között is a legdinamikusabb növekedést tudhatja magáénak.

A vállalat emellett különös figyelmet fordít a magyar beszállítókra, a magyar gazdaság támogatásának és fejlesztésének jegyében, ennek köszönhetően termékeinek közel 60 százalékát magyar beszállítóktól szerzi be.



További Információk:

Lidl Magyarország

Tózsér Judit

Vállalati kommunikációs vezető

Tel: +36-20-776-0017

E-Mail: sajto@lidl.hu